

# Praxisambiente mit Erfolgspotenzial – Schauen Sie hinter die Kulissen!

Kerstin Schulz (Berlin), Praxis-PR, Kommunikation und Marketing für Zahnärzte,  
www.dentcollege.de

Entscheidungen für eine Praxis werden zu 90 Prozent gefühlsmäßig getroffen. Dafür bleiben 7 Sekunden Zeit. Visuelle und akustische Reize spielen eine Rolle, der Geruch beim Eintritt in die Räume und wie sich die Türklinke anfühlt. Zahnärzte investieren deshalb zunehmend in Praxisgestaltung, in schönes Design und aufwendige Architektur. Im folgenden Beitrag geht es darum, Praxisambiente als Gesamtheit von allem zu erfassen und den Sinn dahinter zu entdecken.

## Was ist eine Wohlfühlpraxis?

Bereits in den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts waren Architekten davon überzeugt, dass ihre Kunst heilende Wirkung hat. 80 Jahre später ist die „Wohlfühlpraxis“ als Wirtschaftsfaktor bei Zahnärzten angekommen. Aber was genau ist eine Wohlfühlpraxis?

Das Fühlen ist wie das Wohlfühlen eine subjektive Empfindung. Wohlfühlen, die Gesamtheit aller Sinneseindrücke, integriert alle zwölf menschlichen Sinne. Architekten wie Prof. Robert Wischer, versuchen deshalb, Transparenz in das Wohlfühlkonzept zu bringen.

Momente entscheiden über Erfolg

Die Wohlfühlpraxis ist ein Wirtschaftsfaktor

| <i>Kriterien</i>    | <i>Das bedeutet für die Zahnarztpraxis</i>   |
|---------------------|--|
| Flexibilität        | Arbeitsplätze sollen ohne großen Aufwand den verschiedenen Arbeitsaufgaben anzupassen sein. Das Prophylaxezimmer kann im Bedarfsfall also auch für die zahnärztliche Behandlung zur Verfügung stehen.  |
| Funktionalität      | Raumausstattung und –klima müssen die dort ausgeführten Tätigkeiten optimal unterstützen. Das betrifft z. B. die Licht- und Platzverhältnisse sowie die Ergonomie am Behandlungsstuhl.   |
| Begegnungsqualität  | Arbeitsabläufe sollen so transparent wie möglich gestaltet sein, Kommunikation und Zusammenwirken von Mitarbeitern und Tätigkeitsbereichen unterstützen. Das findet beispielsweise in der Positionierung der Rezeption innerhalb der Praxis seinen Ausdruck. |
| Organisationskultur | Das ist die eher stille Botschaft, die von Raumgestaltung und Einrichtung ausgeht. Sie sorgt dafür, dass Mitarbeiter sich mit  |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p>ihrer Praxis und deren Leistungen identifizieren, und fördert bestimmte Verhaltensweisen, wie z. B. die einfühlsame Kommunikation mit Patienten.</p> |  |
| <p>Die Wohlfühlpraxis erhält mit dieser Definition doppelte Wertigkeit: Wohlgefühl für die Patienten und Wohlgefühl für das Team. Es ist also durchaus legitim, wenn ein Zahnarzt bekennt, mit angenehmer Praxisgestaltung auch für das eigene Wohlbefinden sorgen zu wollen. Bedürfnisse des Inhabers und seiner Mitarbeiter spielen dieselbe Rolle bei Veränderungen in der Praxisgestaltung, wie die der Patienten.</p> <p><b>Vom passenden Konzept zum Wohlfühlambiente</b></p> <p>Mit dem Trend zum Wohlfühlkonzept will man die Angst vor der Behandlung aus der Zahnarztpraxis verbannen. Angst hat sich über Jahrhunderte manifestierte und gilt als Erfolgsverhinderungsfaktor in Sachen Zahngesundheit. Wohl deshalb sind Zahnärzte Vorreiter bei Veränderungen im Praxisambiente. Sie können auf Furcht einflößende Behandlungsinstrumente und Geräte nicht verzichten und müssen auf andere Weise Vertrauen in ihre Kompetenz erzeugen. Design und Architektur eignen sich bestens dafür.</p> <p>Viele Zahnärzte glauben, bei Veränderungen im Praxisambiente wäre die Höhe des Einsatzes finanzieller Mittel entscheidend. Und in der Tat kann bereits ein neuer Farbanstrich mit einigen hundert Euro zu Buche schlagen. Doch ein Farbanstrich ist kein Farbkonzept und soll doch zum Corporate Design der Praxis passen. Hinter diesem Begriff versteckt sich der punctus cinctus für das Vorhaben Praxisgestaltung. Das Corporate Design einer Zahnarztpraxis ist ein Wettbewerbskriterium und spielt eine enorme Rolle bei der Entwicklung einer Praxis zur Marke.</p> <p>Alle Überlegungen zur Praxisgestaltung, ob aufwendige Architektur, Farbgestaltung oder ein spezielles Lichtkonzept, Neubau oder Umbau, beginnen mit der Frage: Was passt zu mir und meinen Patienten? Für die Klärung dieser Basisfrage suchen Sie am besten Unterstützung bei einem auf die Belange von Zahnärzten spezialisierten PR-Berater. Er analysiert die öffentliche Wahrnehmung Ihrer Praxis und konzipiert mit Ihnen gemeinsam Maßnahmen zu deren Optimierung. Das Konzept, das er entwirft, kann Ihnen über Jahre Orientierung bei der Führung Ihrer Praxis geben. Es erleichtert den Umgang mit Patienten und Versicherern, mit Kollegen und eigenen Mitarbeitern. Der PR-Berater will erreichen, dass die richtigen Patienten zu Ihnen in die Praxis kommen.</p> <p>In Ihrem Erfolgskonzept sollten u. a. folgende Fragen berücksichtigt werden:</p> |   | <p>Schönes Ambiente macht Lust aufs Arbeiten</p> <p>Mit Praxisdesign gegen Zahnarztangst</p> <p>Praxisgestaltung ist Praxis-PR</p> |

- Welche Ziele verfolge ich mit meiner Praxis?
- In welcher Weise findet bisher die Kommunikation dieser Ziele statt?
- Wie muss sich die Kommunikation aufgrund der Praxisneugestaltung verändern?
- Welche Probleme können auftreten? Was fördert deren Lösung, was behindert sie?
- Wen muss ich integrieren, um das neue Praxisambiente erfolgreich zu kommunizieren?
- Wie gestalten wir den uns wichtigen Meinungsbildungsprozess intern und extern?

### **Machen Sie aus Ihrer Praxis eine Story, die man weitererzählt!**

Seit Jahrtausenden erzählen sich Menschen Geschichten. Was immer uns bewegt, es hat eine einzige Chance, sich dauerhaft einzuprägen: Mit einer Geschichte. Es ist ein Unterschied, ob Ihre Patienten später berichten, sie wären in einer mit Blau- und Grüntönen ausgestatteten Praxis gewesen, oder ob dazu eine ganz besondere Story gehört. Eine, in der es um die Farben des Wassers geht, um Reinheit und Klarheit, Frische und ein bisschen Sehnsucht nach dem Meer. Wenn als Getränk sogar Gletscherwasser angeboten wird, erhält die Geschichte zusätzliche Prägnanz. Ihre Patienten sind nicht mehr nur in einer Zahnarztpraxis. Sie tauchen förmlich ab in ein ganz ursprüngliches Gefühl, spüren Geborgenheit und Ruhe.

Wie Sie die Idee vom Wasser umsetzen, ist auch abhängig vom Vertrauen in Ihre Patienten. Wer in Architektur und Design investiert, wertschätzt seine Patienten und vertraut auf deren Loyalität und Treue. Denn die Gesundheitsbranche ist einem permanenten Wandel unterworfen, Patientenzahlen können sich rasant verändern. Andererseits ist eine Zahnarztpraxis keine angemietete Wohnung, die man jederzeit wechseln kann. Ehe sich Kosten von Um- oder Neubau rentieren, gehen oft Jahre ins Land. Weil Sie über einen längeren Zeitraum, vielleicht für den Rest Ihres Arbeitslebens, an Ihre Praxis gebunden sind, ist Wohlfühl-Ambiente für Ihre Arbeitszufriedenheit unerlässlich.

### **Zeitplan und Budget**

Kaum ein Zahnarzt spricht darüber, was ihn die Umsetzung seiner Ideen gekostet hat. Architekten, die in diesem Metier arbeiten, gehen von 900 bis 1500 Euro pro qm neu ausgebauter Praxisfläche aus, ohne Einrichtung. Einer scheinbar teuren Praxis reichten allerdings 550 Euro pro qm. Es kommt u. a. auf das Verhandlungsgeschick des Bauherren an, wie sehr er sein Budget mit den Kosten für die Praxisgestaltung belasten muss. Gut verhandeln kann nur, wer Alternativen hat. Zeitdruck ist in diesem Zusammenhang ein schlechter Ratgeber. Wenn größere bauliche Veränderungen in einer Praxis anstehen, kann es von der Planung

Die Kommunikationsstrategie steuert, was andere denken

Patienten wollen von ihrer Praxis erzählen

Investition in Praxisambiente ist Wertschätzung Ihrer Patienten

bis zur Fertigstellung schon mal zwölf Monate dauern. Wer die Umbauphase in den dreiwöchigen Praxisurlaub legen muss, sollte über einen guten Bauleiter und einen minutiös gestalteten Projektplan verfügen.

### **Großer Auftritt für gute Ideen**

Praxisgestaltung kann auch im kleinen Rahmen große Wirkung zeigen. Viele Praxen haben anspruchsvolle Bilder- oder Fotogalerien fest in ihre Räumlichkeiten integriert. Darüber hinaus sind Kreativität und Mut zu unkonventionellen Maßnahmen gefragt. Schauen Sie sich besonders den am stärksten frequentierten Ort Ihrer Praxis an, denn hier muss einfach alles stimmen. Nehmen Patienten den Empfangstresen möglicherweise als Barriere wahr? Dringt von dort das Geklapper der PC-Tastatur bis in den Wartebereich? Oder fühlt man sich wie bei der Post vor dem Schild mit der Aufschrift „Diskretion bitte“?

Am besten tragen Sie derartige „Schönheitsfehler“ zusammen und überlegen im Team, was wie zu korrigieren ist. Sie können sich auch kostengünstige Tricks zunutze machen. Musik im Wartebereich drängt Gespräche an der Rezeption in den Hintergrund. Licht lenkt von unschönen aber notwendigen Installationen ab. Farben erzeugen bestimmte Stimmungen und Gefühle. Und einzelne Designelemente wie buntes Glas können unser Unterbewusstsein positiv beeinflussen. Es gibt Grünpflanzen, die auch bei Kunstlicht gedeihen, und Tageslichtführungen, die selbst ein dunkles Souterrain erhellen. Wer Ideen sucht und sich inspirieren lassen möchte, findet aktuelle einschlägige Literatur.

#### Literaturempfehlungen:

- Relax - Interiors for Human Wellness. Birkhäuser 2007 – Mit Hochglanzfotos, die zum Brainstorming für die eigene Praxis animieren. Mit Kontaktdaten beteiligter Architekten und Designer. Nur englische Fassung verfügbar.
- Dörte Becker, Philipp Meuser: Neue Arztpraxen. Bauten für das Gesundheitswesen. DOM publishers 2008 (erscheint voraussichtlich in III/2008) – Präsentation von 70 Praxen verschiedener Fachrichtungen mit Fotos, Plänen und Skizzen zur Innenarchitektur. Außerdem enthalten Mustergrundrisse und Planungsgrundrisse für den Praxisneubau.

Auf der Suche nach dem Besonderen für das Praxisambiente lohnt sich der Blick über den Tellerrand. Gute Orientierung geben Einrichtungen im Wellnessbereich und in der Hotellerie. Interessant ist z. B. der Einsatz eines Farbkonzepts im Seminarhotel Schindlerhof. Hier wird im Laufe eines Seminartages mit farbigen Stellwänden die Aufnahmefähigkeit der Zuhörer stimuliert. Wer in den Pausen zur Ruhe kommen möchte, folgt mit den Augen einfach den Mustern im Sand des

Augenmerk auf den Empfang!

Mut zur Kreativität zahlt sich aus

Inspiration aus anderen Branchen holen

ZEN-Gartens hinterm Seminarhaus. Ideen, die weniger vom Geld leben, aber sehr von Kreativität. Lassen Sie das Grundsatz für Ihre eigene Praxisgestaltung sein!

*9.529 Zeichen*

*In Teil 2 des Beitrages im nächsten Heft geht es um:*

Formen und Farben: Verändert Praxisgestaltung des Kaufverhalten der Patienten?

Praxisambiente oder Patientenservice: Wie erzeugt man Authentizität?

Architektur und Kommunikation: Ersetzt das eine jetzt das andere?

Außerdem: dos and don'ts der Praxisgestaltung